

ABSTRAK

Jogja Gallery merupakan Gallery swasta yang memiliki ruangan yang cukup besar dan memiliki fasilitas yang lengkap dan Jogja Gallery merupakan Gallery yang mendukung kegiatan seni dan budaya. Oleh karena itu Jogja Gallery mencitrakan diri sebagai Gerbang Seni dan Budaya. Strategi Humas sangat dibutuhkan dalam mencitrakan Jogja gallery sebagai Gerbang Seni dan Budaya. Kajian ini sangat menarik untuk diteliti dengan rumusan masalah “Bagaimana Strategi Humas Jogja Gallery Dalam mencitrakan Jogja Gallery Sebagai Gerbang Seni dan Budaya?”. Kerangka Pemikiran yang digunakan Aktivitas *Public Relations*, Opini Publik, Strategi Komunikasi, Strategi *Public Relations*, Citra, Pembentukan Citra. Jenis Penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data diperoleh dengan data primer dan sekunder, dan teknik pengumpulan data dengan teknik wawancara , observasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan strategi Humas Jogja Gallery dalam mencitrakan sebagai gerbang seni budaya dengan secara rutin merencanakan dan melaksanakan berbagai program kegiatan mengenai seni dan budaya seperti melakukan kegiatan pameran mengenai Borobudur, Prambanan dan pameran keris. Menjaga Hubungan yang baik dengan para relasi, dan media massa dengan cara selalu memberikan informasi mengenai kegiatan yang dilakukan dan Humas Jogja Gallery selalu menggunakan publisitas dalam semua kegiatan melalui media cetak, twitter, email, dan facebook. Humas Jogja Gallery bekerjasama dengan beberapa Media seperti Majalah Kabare, Koran Harian KR dan radio RRI Pro2. Selain itu, Humas Jogja Gallery selalu mengadakan evaluasi untuk membahas mengenai cara memperkenalkan Jogja Gallery kesemua kalangan, dan membahas mengenai cara merangkul semua kalangan. Kesimpulan penelitian ini yaitu Humas Jogja Gallery dalam melakukan pencitraan sudah berjalan dengan baik. Peran dan fungsi Humas Jogja Gallery telah dilaksanakan dengan baik dilihat dengan masih menjalin hubungan baik dengan relasi Jogja Gallery dan relasi Jogja Gallery tetap menjalin komunikasi. Humas Jogja Gallery dapat mengatasi masalah atau kendala yang terjadi di Jogja Gallery. Jogja Gallery tidak hanya dikenal sebagai Gallery seni saja tetapi sebagai Gerbang Seni dan Budaya.

ABSTRACT

Jogja Gallery is a private room that has a fairly large and has complete facilities and Jogja Gallery is a Gallery that supports arts and cultural activities. Therefore, self-image as the Jogja Gallery of Art and Culture Gate. Public relations strategy is needed in Jogja gallery image as the Gate of Arts and Culture. The study is very interesting to study the formulation of the problem “How public relations strategy image of the Jogja Gallery as the gate arts and culture?”. The framework of thinking to use activity public relations, public opinion, communication strategy, strategic public relations, formation of image. The type of study used qualitative descriptive research. The data collection is obtained by the premiere of data and the secondary collected by interview technique, observation and literature study. The results show PR strategy of Jogja Gallery of imaging as a gateway to arts and culture by regularly to plan and implement the various programs on art and cultural activities such as exhibition activities of Borobudur, Prambanan and keris exhibition. Maintain a good relationship by the relation, the mass media by always provide information about activities undertaken and PR of Jogja Gallery always use the publicity in all the activities through print media, Twitter, email, and facebook. Jogja Gallery Public Relations in collaboration by several media such as Kabare Magazine, Daily newspapers KR and radio RRI Pro2. In addition, PR of Jogja Gallery has always held an evaluation to determine the development and progression of Jogja Gallery on public opinion about the image of the Jogja Gallery. The conclusion of this research is Public Relations Jogja Gallery in performing imaging has been going well. The role and function of PR Jogja Gallery has been implemented properly. Jogja Gallery Public Relations can solve the problem or constraints that occur at the Jogja Gallery. So that later the Jogja Gallery is not only known as the Gallery of art only, but as the Gate of Arts and Culture.